

Đánh giá kết quả OCOP và du lịch nông thôn: Hướng tới giai đoạn phát triển bền vững

10:55 16/10/2025

Sáng 16/10, Bộ Nông nghiệp và Môi trường tổ chức Hội nghị đánh giá kết quả Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) và du lịch nông thôn giai đoạn 2021-2025, định hướng phát triển 2026-2030.

Hội nghị được triển khai theo các Quyết định số 919/QĐ-TTg và 922/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Quyền Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Đức Thắng dự và chỉ đạo hội nghị.

OCOP - Động lực phát triển kinh tế và khơi dậy giá trị bản địa



Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Thanh Nam phát biểu khai mạc Hội nghị. (Ảnh: Báo Nông nghiệp và Môi trường)

Theo Thứ trưởng Trần Thanh Nam, hội nghị lần này mang ý nghĩa quan trọng trong việc tổng kết toàn diện kết quả thực hiện Chương trình OCOP và du lịch nông thôn, đồng thời mở ra định hướng cho giai đoạn phát triển mới.

Sau hơn 7 năm triển khai OCOP và 3 năm thực hiện chương trình du lịch nông thôn, cả hai lĩnh vực đã ghi nhận nhiều kết quả nổi bật. Tính đến tháng 9/2025, cả nước có gần 17.400 sản phẩm OCOP của hơn 9.300 chủ thể đạt từ 3 sao trở lên, tăng hơn 8.400 sản phẩm so với năm 2022, vượt chỉ tiêu tại Quyết định 919/QĐ-TTg. Cùng với đó, hơn 600 mô hình du lịch nông nghiệp, nông thôn đang hoạt động – tăng 235 mô hình so với năm 2022.

Các sản phẩm OCOP ngày càng đáp ứng tốt hơn tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm, thân thiện môi trường; mẫu mã, bao bì được cải tiến theo hướng hiện đại và phù hợp thị hiếu. Năng lực của các hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và hộ sản xuất được nâng cao đáng kể, góp phần đưa thương hiệu OCOP Việt Nam vươn ra thị trường quốc tế.

Chương trình không chỉ tạo ra giá trị kinh tế mà còn “đánh thức” tiềm năng văn hóa – du lịch, hình thành hệ sinh thái kinh tế nông thôn đa giá trị, nơi bản sắc vùng miền được gìn giữ và khai thác hiệu quả.

Thống kê cho thấy hơn 60% chủ thể OCOP đạt 3 sao trở lên có doanh thu tăng bình quân 17,6%/năm, gần 40% mở rộng quy mô lao động, trong đó 40% là phụ nữ và gần 20% là người dân tộc thiểu số ở khu vực khó khăn.

Nâng chất lượng, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số

Bước vào giai đoạn 2026–2030, Thứ trưởng Trần Thanh Nam nhấn mạnh: “OCOP cần chuyển từ số lượng sang chất lượng, tập trung vào đổi mới sáng tạo, xây dựng chuỗi giá trị bền vững và hoàn thiện hành lang pháp lý để thúc đẩy các ngành hàng có lợi thế của Việt Nam.”

Theo ông Ngô Trường Sơn, Chánh văn phòng Điều phối Nông thôn mới Trung ương, sau hơn 5 năm triển khai, Việt Nam đã hình thành mạng lưới sản phẩm đặc trưng vùng miền – động lực mới cho phát triển kinh tế nông thôn và du lịch cộng đồng.

Từ giai đoạn 2021, chương trình chuyển mạnh sang nâng cao chất lượng, truy xuất nguồn gốc và phát triển chuỗi giá trị. Hơn 4.000 sản phẩm OCOP đã có mã QR, gần 3.000 sản phẩm lên sàn thương mại điện tử như Postmart, Voso, Shopee, Lazada. Cả nước hiện có hơn 2.000 điểm du lịch cộng đồng, làng nghề, nông trại sinh thái, trong đó 60% gắn với sản phẩm OCOP.



Thứ trưởng Trần Thanh Nam thăm các gian hàng OCOP. (Ảnh: Báo Nông nghiệp và Môi trường)

Doanh thu từ du lịch gắn với OCOP và làng nghề đạt trên 25.000 tỷ đồng/năm, chiếm khoảng 15% tổng giá trị sản xuất khu vực nông thôn. Một số sản phẩm tiêu biểu như gạo ST25, cà phê Buôn Ma Thuột, sâm Ngọc Linh, mật ong rừng, tinh dầu quế đã xuất khẩu tới hơn 60 quốc gia.

Bộ Nông nghiệp và Môi trường cũng phối hợp cùng Bộ Công Thương xây dựng thương hiệu OCOP quốc gia, chuẩn hóa bao bì, tem nhãn, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và thúc đẩy mô hình chuỗi giá trị xanh - hữu cơ - tuần hoàn.

Tuy vậy, chương trình vẫn đối mặt với một số hạn chế: chất lượng sản phẩm chưa đồng đều, năng lực quản trị còn yếu, công tác xúc tiến thương mại chưa mạnh, và nguồn lực hỗ trợ ở vùng sâu còn hạn chế.

Hướng tới năm 2030, Bộ đặt mục tiêu mỗi xã có ít nhất một sản phẩm OCOP đặc trưng, 20.000 sản phẩm đạt 3 sao trở lên, trong đó 150 sản phẩm đạt chuẩn 5 sao quốc gia.

Định hướng trọng tâm là phát triển OCOP theo vùng và chuỗi giá trị, ứng dụng khoa học - công nghệ, chuyển đổi số, và phát triển du lịch nông thôn xanh, thông minh, đậm bản sắc - hiện thực hóa mục tiêu “mỗi làng một điểm đến, mỗi sản phẩm một câu chuyện”.

Chương trình OCOP không chỉ là công cụ phát triển kinh tế nông thôn mà còn trở thành biểu tượng của bản sắc Việt Nam, kết nối giá trị truyền thống với hiện

đại, góp phần xây dựng nông thôn xanh, sinh thái và hạnh phúc.

Hậu Thạch (t/h)